Koleksi
Pusat Dokumentasi ELSAM

"Pers dan Media Online:
Tantangan Baru Dalam Pelaksanaan Kebebasan Pers"

Stanley Adi Prasetyo

A. Pendahuluan

Pengaruh internet (singkatan dari *interconnected-networking*) sangat besar bagi dunia komunikasi saat ini. Bisa dikatakan internet telah mengubah semua aspek kehidupan manusia. Perubahan ini berdampak pada bentuk komunikasi dan penyampaian informasi antara seorang dengan lainnya. Berkat internet dan kemajuan teknologi penunjangnya, penyebaran informasi meluas dan menjadi lebih mudah dan cepat.

Manusia mengalami evolusi dalam hal kebiasaan mendapatkan berita yang telah berjalan hampir satu abad dimana telah terjadi beberapa inovasi teknologi. Dari media cetak ke radio, kemudian dari radio ke televisi, dan selanjutnya ke internet. Meski pada saat setiap sistem berita yang baru bermunculan, sistem yang lama pada kenyataannya tetap dipergunakan. Hal ini berarti pada saat ini terdapat banyak berita yang tersedia dari berbagai sumber dan dikirim dengan berbagai jenis teknologi.

Kemampuan komunikasi manusia lewat internet kini bisa dikatakan tak memiliki batas di mana jarak dan waktu bukan lagi merupakan sebuah halangan. Sebelum ada internet, manusia memiliki keterbatasan dalam melakukan komunikasi. Perkembangan internet memberikan banyak manfaat antara lain memberikan info yang dibutuhkan secara cepat dan murah, penyediaan referensi alternatif, kemudahan bertransaksi dan berbisnis, sebagai sarana komunikasi yang efektif, alat untuk berhubungan dengan individu di daerah atau negara lain dengan cepat, menyalurkan aspirasi dan ekspresi antar individu yang menjadikan mereka akrab satu sama lain, dan memudahkan setiap orang mengakses hasil kebudayaan yang muncul di berbagai daerah atau negara. Juga meningkatkan partisipasi masyarakat dalam kehidupan sospol yang menyangkut seluruh daerah atau negara.

Namun demikian kemajuan teknologi internet juga membawa sejumlah dampak negatif antara lain banyaknya situs hiburan seperti situs musik atau film yang membuat orang terlena dan lupa waktu atau kecanduan, muncul kejahatan baru (*cyber crime*), melemahnya copyright, tampilnya kekejaman dan kesadisan, kian merajalelanya pornografi, muncul banyak penipuan dengan modus baru, dan meluasnya perjudian berbentuk online. Selain itu, internet dipercaya telah mengurangi sifat sosial manusia.

Saat ini masyarakat dapat memilih informasi yang mereka inginkan dan menciptakan cara mereka sendiri untuk mengonsumsinya. Di pihak lain bisnis pemberitaan telah menjadi sangat kompetitif, karena konumen saat ini memiliki banyak sumber informasi, baik secara lokal, nasional, regional, maupun internasional. Hal ini masih ditambah dengan berbagai sumber yang tersedia di internet.

B. Tumbuhnya Media Baru dan Konvergensi Media

Sejak pengembangan *hypertext tranfer protocol* (HTTP) pada 1990 dan dirilisnya World Wide Web (WWW) pada 1992 terdapat 1,1, juta *host* komputer yang menghubungan pengguna komputer personal dengan internet. Dalam waktu singkat World Wide Web menjadi salah satu fasilitas internet utama yang memudahkan orang menelusuri jaringan beribu-ribu website (situs).

Dalam laporan berkala the Project for Excellence in Journalism (PEJ) berjudul *State of the News Media* pada 2007 dikatakan bahwa bisnis pemberitaan dalam model konvensional berada pada titik kritis. Khalayak berita bergeser dan dalam banyak kasus jumlah pembaca berita media cetak seperti surat kabar, tabloid dan majalah mengalami penurunan yang drastis.[1]

Untuk mengatasi penurunan tiras ini berbagai media cetak, juga media platform lainnya seperti radio dan televisi, melengkapi medianya dengan membuat versi onlinenya yang bisa diakses melalui internet. Hal ini melengkapi sejumlah media online yang telah ada sebelumnya. Saat ini bisa dikatakan tak ada lagi media yang hanya menggunakan satu model platform. Semuanya kini berlomba menggunakan media baru yang berbasis pada model multiplatform. Media online juga menggabung model jurnalisme radio dan televisi dengan menampilkan fitur suara dan fitur audio-visual. Bisa dikatakan semua media baru terbentuk melalui proses pengonvergensian beberapa media.

Muncul hal yang disebut sebagai konvergensi media dimana terjadi integrasi teknologi internet dan multimedia dengan mengombinasikan teknologi digital, satelit, dan seluler untuk menyampaikan teks, audio, gambar, grafik atau visual kepada khalayak pembaca, pendengar dan pemirsa kapan saja dan di mana saja melalui sebuah perangkat personal. Media massa konvensional seperti halnya surat kabar dan majalah kini menjadi media kuno dan "tradisional". Kini masyarakat bisa mudah mengakses informasi dan berita dari telepon genggam pintar.

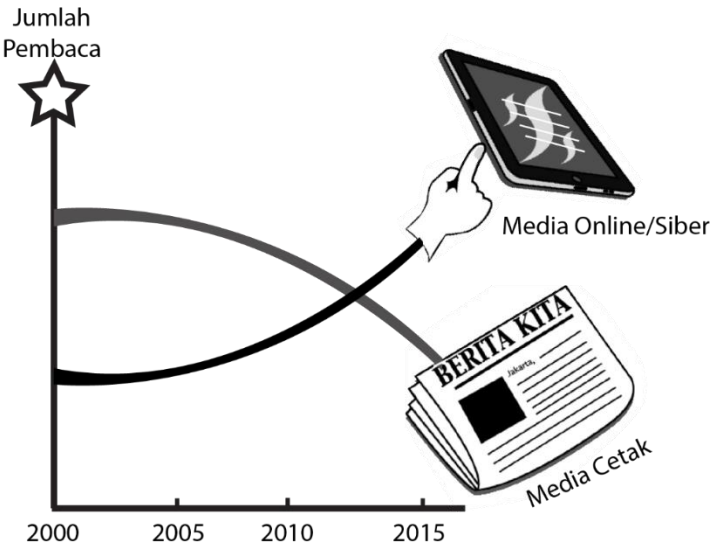
Media baru (*the new media*) yang muncul dengan menggunakan internet dan berbentuk *multiplatform* menambah kanal bagi para jurnalis untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat. Media baru ini menurut Denis McQuail (2000) lebih interaktif dan memberikan otonomi kepada user untuk menjadi audiens aktif, bahkan secara pada keadaan tertentu, audiens memiliki posisi 'sejajar' dengan jurnalis.Pengaruh media baru terlihat dari perubahan channel informasi dari media tradisional menjadi online media.[2]

---

[1] Sejak kian berkembangnya teknologi internet dan kemajuan perangkat lunak dan perangkat keras komputer mulai 2002 ejumlah media cetak legendaris di Amerika Serikat seperti *Chicago Tribun, Cincinnati Post*, dan lain lain mengalami kerontokan. Terakhir adalah yang dialami majalah *Newsweek* yang telah berusia puluhan tahun. Hal yang sama juga dialami media cetak di Inggris yang mengalami trend penurunan tiras secara drastis sejak 2002-2009, hal ini membuat dua media terkemuka *The Financial Times* dan *The Observer* yang tirasnya terus menurun hingga 250 ribu eks memutuskan beralih secara penuh ke digital pada 2011. Pada akhir 2013 pembaca/pelanggan *The Financial Times* kembali mencapai 900.000.

[2] Jurnalisme online lahir pada 19 Januari 1998, ketika Mark Drugle membeberkan cerita perselingkuhan Presiden Amerika Serikat Bill Clinton dengan Monica Lewinsky atau yang sering disebut Monicagate. Ketika itu Drugle berbekal sebuah laptop dan modern, menyiarkan berita tentang Monicagate melalui internet. Semua orang yang mengakses internet segera mengetahui rincian cerita Monicagate.

Grafik 1. Trend Perkembangan Media Cetak vs Media Online di Dunia Sejak 2001



C. Media Online di Indonesia

Media online di Indonesia tumbuh di tengah situasi kian ketatnya kontrol pemerintah terhadap pemberitaan media yang kemudian berujung dengan terjadinya pembredelan majalah *Tempo, DeTIK* dan *Editor* pada 21 Juni 1994. Pada tahun ini pula berdiri dan beroperasi IndoNet sebagai ISP pertama di Indonesia. Tercatat media pertama yang muncul adalah pada 1995 yaitu *Republika Online* yang kemudian pada September disusul dengan terbitnya *Kompas Online*. Keduanya masih merujuk pada pemberitaan versi cetak mereka masing-masing. Pada 1996 muncul *Tempo Interaktif* disusul dengan munculnya portal berita *Detikcom*. Pada 6 Agustus 1998 *Kompas Online* berubah menjadi *Kompas Cyber Media* (KCM).

Saat ini bisa dikatakan hampir tak ada media, baik cetak, radio, maupun TV yang tak menyediakan versi onlinenya. Media online memunculkan jurnalisme online yang menuntut kecepatan. Jurnalisme online bersifat real time dimana berita, kisah, atau peristiwa bisa langsung dipublikasikan pada saat kejadian sdg berlangsung. Hal yang sebelumnya juga telah dikenal oleh jenis media tradisional TV dan radio.

Dari sisi penerbit, mekanisme publikasi real time itu lebih leluasa tanpa dibatasi oleh periodisasi maupun jadwal penerbitan atau siaran: kapan saja dan di mana saja selama dia terhubung ke jaringan Internet maka penerbit mampu mempublikasikan berita, peristiwa, kisah-kisah saat itu juga. Karakteristik lain jurnalisme online adalah menyertakan unsur-unsur multimedia adalah yang membuat jurnalisme ini mampu menyajikan bentuk dan isi publikasi yang lebih kaya ketimbang jurnalisme di media tradisional. Karakteristik ini, terutama sekali, berlangsung pada jurnalisme yang berjalan di web

Jurnalisme online juga tak membutuhkan organisasi resmi berikut legal formalnya sebagai lembaga pers. Untuk mendapatkan produk jurnalisme online tak ada biaya berlangganan kecuali langganan dalam mengakses internet sehingga komunikan atau audiens memiliki kebebasan dlm memilih informasi yang diinginkan.Hal-hal inilah yang membuat media online banyak diakses.

Berikut adalah 10 portal berita yang paling banyak diakses berdasar data dari Elexa.com,

Tabel 1. Sepuluh Portal Berita Yang Paling Banyak Diakses

No	Nama Portal	Catatan
1	Kompas.com	Kompas.com adalah media online dari koran Kompas. Dari ranking situs populer yang paling banyak diakses di Indonesia, Kompas.com menempati uturan ke-10, tetapi ia menempati urutan pertama untuk kategori situs portal berita.
2	Detik.com	Detikcom adalah pioneer situs portal berita di Indonesia. Ia hadir menjadi pelopor dan masih menjadi portal berita terlengkap, terupdate, dan terakurat hingga kini. Hanya saja, via statistik Alexa.com, Detikcom menjadi situs portal ke-2 yang paling banyak digunakan setelah Kompas.com.
3	Liputan6.com	Liputan6 adalah portal News, Bola, Showbiz, Health, Tekno, Dan Video yang aktual, tajam, dan terpercaya. Sejatinya, Liputan6.com adalah sebuah nama mata acara berita yang tayang di stasiun SCTV. Namun, kini liputan6.com sudah menjelma menjadi sebuah portal berita online.
4	Tribunnews.com	Tribunnews.com menjadi situs portal berita terpopuler ke-4 yang paling banyak diakses oleh pengguna internet di Indonesia. Dengan jaringan di hampir di setiap daerah di Indonesia, maka ini menjamin tersedianya berita-berita yang lengkap, komprehensif, terupdate dan juga berita dengan konten daerah yang lebih lengkap. Tribunnews.com menjadi situs portal berita terpopuler ke-4 versi Alexa.com.
5	Merdeka.com	Merdeka.com adalah media independen yang mengetengahkan berita politik, ekonomi, sosial, kesehatan dan berbgai macam topik lainnya. Merdeka.com sendiri adalah merupakan bagian dari jaringan situs Kapanlagi.com. Versi situs Alexa.com, situs Merdeka.com menjadi situs yang paling banyak diakses di nomor urut 5.
6	Viva.co.id	Viva.co.id merupakan sebuah situs portal berita yang lengkap. Ia memiliki jaringan media, yang salah satu perusahaannya bergerak dibidang pertelevisian, yaitu TVOne. Situs Viva.co.id menjadi situs populer ke-6 menurut data statistik Alexa.com.
7	Suara.com	Suara.com menjadi situs terpopuler berikutnya di Indnesia versi statistik Alexa.com
8	Republika.co.id	Portal ini sejatinya adalah versi online dari koran Republika yang terbit secara cetak. Hanya belakangan, mereka juga fokus menjadikan situs Republika menjadi sebuah portal berita.
9	Okezone.com	Okezone.com adalah media online berita dan hiburan di Indonesia yang diupdate 24×7 dengan berita terkini serta liputan-liputan berkualitas, tercepat, terlengkap, terpercaya. Media ini juga menyediakan video-video bola, sport, dan selebritis juga tersedia dengan kualitas terbaik.
10	Tempo.co	Posisi ke-10 portal berita populer yang paling banyak diakses di Indonesia adalah Tempo.co yang selain membuat berita-berita secara mandiri, juga berisikan tulisan dan artikel dari majalah Tempo dan koran Tempo.

Sumber: Diolah dari <www.alexa.com>

Menurut perkiraan di Indonesia kini ada sekitar 2.000 media online. Namun dari jumlah tersebut hanya 211 media yang memenuhi syarat disebut sebagai media profesional. Antara lain berbadan hukum; memiliki pemimpin umum, pemimpin perusahaan dan pemimpin redaksi; mencantumkan nama penanggungjawab, mencantumkan alamat dan kontak redaksi, memiliki modal yang cukup dan menggaji wartawannya sebanyak 13 kali dalam satu tahun, menyatakan bersedia menaati Kode Etik Jurnalistik, dan lain-lain. Media-media tersebut telah lolos verifikasi Dewan Pers.[3]

D. Gambaran Pengaduan ke Dewan Pers

[3] Lihat Dewan Pers, 2014, *Data Pers Nasional 2014*, Jakarta. Dewan Pers mencatat rekapitulasi data media penyiaran dan siber media pada 2014 yang memenuhi standar perusahaan media profesional total berjumlah 1.771 media yang terdiri dari 1.166 radio, 394 televisi, dan 211 media siber/online.

Gambaran pengaduan yang digunakan dalam hal ini adalah gambaran pengaduan yang datanya telah diolah dan tersedia di Dewan Pers. Sepanjang periode Januari-Desember 2012, Dewan Pers menerima 470 pengaduan, terdiri atas 176 pengaduan langsung, 263 surat tembusan dan 17 permintaan pendapat Dewan Pers dari KPI Pusat. Banyaknya pengaduan ke Dewan Pers dapat dilihat dari dua sisi. Tingginya pengaduan ke Dewan Pers dapat dilihat sebagai peningkatan kesadaran berbagai pihak untuk menyelesaikan sengketa jurnalistik melalui Dewan Pers, dan bukan melalui jalur hukum secara langsung. Namun di sisi lain, banyaknya pengaduan ke Dewan Pers menunjukkan ada masalah serius di dalam jurnalisme kita, ada banyak masalah dalam penegakan kode etik jurnalistik di Indonesia.

Tingginya angka pengaduan jurnalistik ke Dewan Pers menunjukkan banyaknya pelanggaran yang dilakukan media dan banyaknya pihak yang merasa dirugikan olehnya. Data hasil penyelesaian masalah jurnalistik di Dewan Pers menunjukkan, 86% kasus yang ditangani Dewan Pers berakhir dengan kesimpulan telah terjadi pelanggaran Kode Etik Jurnalistik oleh media atau wartawan.

Angka pengaduan melonjak dari 470 pengaduan pada 2012 menjadi 776 pengaduan pada 2013 dan mengalami enurunan kembali menjadi 544 pengaduan pada 2014 sebagaimana data pada **Tabel 2**.

Diagram 1. Pengaduan ke Dewan Pers Tahun 2012, 2013, dan 2014



Tabel 2. Pengaduan ke Dewan Pers Tahun 2012

Jenis Pengaduan	Frek	%
Pengajuan Hak Jawab	215	45,17
Pengaduan tentang Berita Secara Umum	111	23,32
Permintaan Pendapat Sesuai UU Pers/Kode Etik Jurnalistik	20	4,20
Pengaduan tentang Kekerasan terhadap Wartawan	19	3,99

Pengajuan Hak Koreksi	17	3,57
Pengaduan tentang PerilakuTindakan Wartawan	14	2,94
Mengadukan Iklan	11	2,31
Mengadukan Isi Siaran Televisi	10	2,10
Wartawan/Media Digugat ke Polisi/Pengadilan karena Berita	7	1,47
Sengketa Hak Cipta Nama Media	5	1,05
Pengaduan tentang Foto/Ilustrasi/Kartun	4	0,84
Pengaduan tentang Artikel/Opini/Surat Pembaca	2	0,42
Pengaduan tentang Badan Hukum Perusahaan Pers	2	0,42
Pengaduan Wartawan karena Mengalami Pemecatan/PHK	2	0,42
Mengadukan Penyensoran	1	0,21
Lain-lain	36	7,56
Total	476	100,00

N=470, Dalam satu pengaduan dapat mengandung lebih dari satu jenis pengaduan

Tabel 2 menunjukkan dari seluruh total 470 pengaduan dan tembusan yang diterima Dewan Pers selama Januari–Desember 2012, pengaduan paling banyak berisi permintaan hak jawab kepada media, yakni sebanyak 215 pengaduan atau 45,17 persen. Hal ini menunjukkan, semakin banyak pengadu menyampaikan materi pengaduan yang spesifik, yakni permintaan hak jawab atas berita yang dinilai tidak berimbang, tidak akurat, menghakimi dan lain-lain. Fakta ini perlu digarisbawahi karena mengindikasikan meningkatnya kesadaran berbagai pihak tentang duduk-perkara hak jawab dalam konteks penyelesaian sengketa pers. Jika semakin banyak pihak berharap sengketa pers diselesaikan dengan mekanisme hak jawab, ini menumbuhkan optimisme akan mereduksi potensi-potensi kriminalisasi terhadap pers. Hingga bulan Desember 2012, jumlah pengaduan yang secara spesifik berisi permintaan hak jawab bahkan lebih tinggi dari jumlah pengaduan terhadap isi berita secara umum, yang mencapai angka 111 pengaduan (23,32%). Angka ini bisa dikatakan meningkat secara proporsional pada 2013 sesuai jumlah pengaduan.

Tabel 3. Kategori Pengadu Tahun 2014

Kategori Pengadu	Frek	%
Pejabat Publik	37	6,8
Masyarakat	82	15
Pengusaha/Perusahaan	64	11,76
Wartawan/Media Cetak	81	14,9
Wartawan/ Media Online	22	4,04
Wartawan /Media Elektronik	12	2,2
Badan Publik	76	13,97
Organisasi Kemasyarakatan/LSM	25	4,6
Mahasiswa/Organisasi Kemahasiswaan	12	2,2
Organisasi Wartawan/Pers	59	10,84
Polisi/Kepolisian	14	2,57
Perguruan Tinggi/ Sekolah/ Guru/ Peneliti/ Akademisi	14	2,57
Pengacara	14	2,57
Partai Politik/Tokoh Politik	9	1,65
Unsur TNI	7	1,28

Anggota DPR/DPRD	4	0,73
Lembaga Bantuan Hukum	8	1,47
United Nation	2	0,36
Lainnya	2	0,36
Total	**544**	**100%**

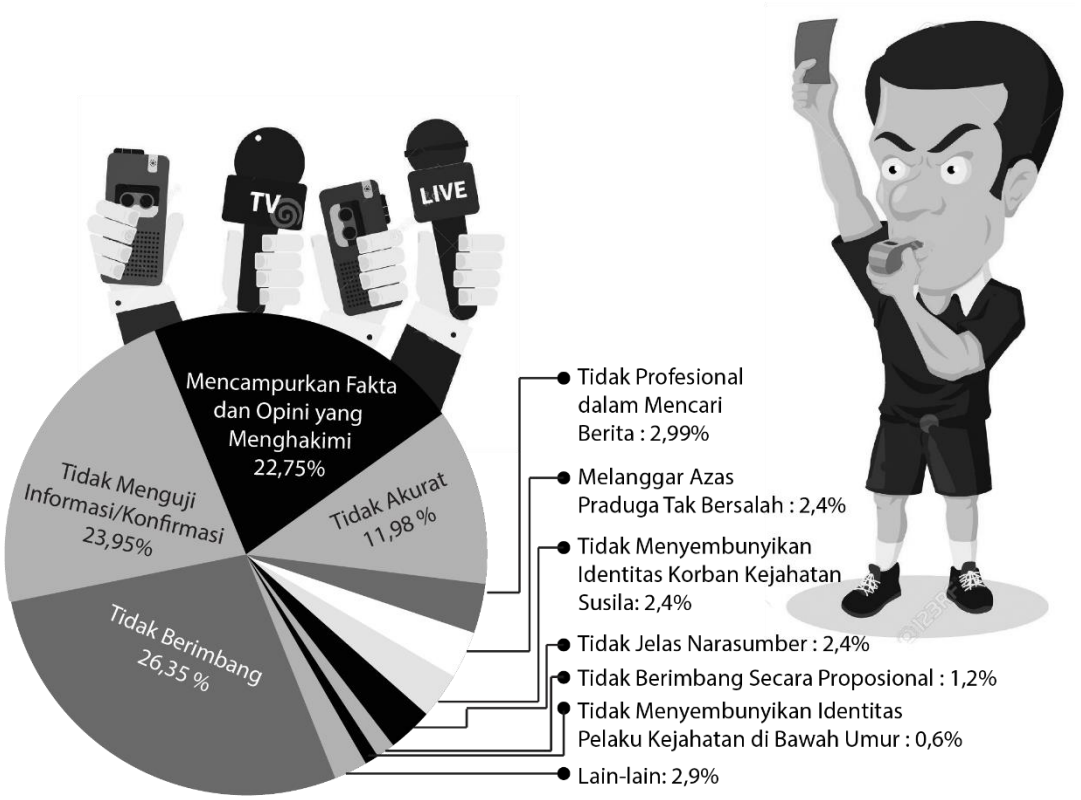
Tabel 3 menunjukkan latar belakang pihak-pihak yang menyampaikan pengaduannya langsung maupun tembusan ke Dewan Pers. Jika jumlah total pengaduan pada tahun 2014 dibandingkan dengan jumlah total pengaduan sepanjang tahun 2012 yang berjumlah 470 aduan maka dapat dikatakan bahwa pada tahun 2014 jumlah total pengaduan yang masuk meningkat 74 kasus dari dua tahun sebelumnya.

Pengaduan yang paling tinggi adalah pengaduan terhadap media cetak dimana terdapat 81 aduan atau sebesar 14,9% dari jumlah total pengaduan selama tahun 2014. Pengaduan tertinggi selanjutnya berasal dari badan publik yakni berjumlah 76 aduan atau 13,97% dari jumlah total pengaduan 2014, hal tersebut meningkat dari dua tahun sebelumnya dimana pada tahun 2012 jumlah aduan Badan Publik yang masuk berjumlah 28 aduan atau 5,96% dari jumlah total pengaduan selama 2012 yakni 470 aduan. Pengaduan yang mengalami penurunan drastis jika dibandingkan dengan pengaduan pada bidang yang sama dua tahun sebelumnya adalah pejabat publik, pada 2012 pengaduan pada kategori pejabat publik berjumlah 172 aduan atau 36,60% dari jumlah total aduan yang masuk pada 2012, jika dibandingkan dengan pengaduan yang masuk pada 2014 maka pada kategori ini sebesar 37 aduan atau 6,8% yang masuk ke Dewan Pers menurun.

Ini perkembangan positif dalam konteks bahwa pada tahun-tahun sebelumnya muncul kecenderungan konflik media dengan kalangan pengusaha banyak yang berujung kepada tindakan kekerasan terhadap wartawan atau pemidanaan terhadap pers, dengan melaporkan wartawan atau media ke polisi atau pengadilan. Di sisi lain, ada juga perusahaan swasta yang diam saja ketika ada media yang terus memberitakannya secara spekulatif, satu-sisi, bombastis dan menghakimi. Jika pemberitaan seperti ini dibiarkan terus terjadi, bukan hanya perusahaan itu yang dirugikan, tetapi juga masyarakat. Masyarakat terus menerus mengonsumsi informasi yang spekulatif, tidak valid bahkan cenderung provokatif. Dalam konteks ini, keberanian kalangan bisnis/perusahaan swasta untuk mengadukan pemberitaan media ke Dewan Pers adalah trend yang patut disambut dengan positif.

Bagan 2 menjelaskan pelanggaran KEJ apa saja yang pernah terjadi selama periode yang diteliti. Pelanggaran KEJ didominasi oleh berita yang tidak berimbang, berita yang tidak mengandung uji informasi atau konfirmasi, serta berita yang mengandung opini menghakimi. Tiga jenis pelanggaran KEJ ini menduduki porsi 73,05 % dari kasus pelanggaran KEJ yang ditangani Dewan Pers. Dalam satu pengaduan, dapat ditemukan lebih dari satu pelanggaran KEJ. Pada pelanggaran KEJ bisa juga berupa wartawan tidak profesional dalam mencari berita. Pengertian profesionalitas di sini merujuk kepada definisi profesionalitas di dalam KEJ. Pelanggaran yang ditemukan misalnya wartawan memaksa narasumber untuk melakukan wawancara, wartawan tidak dapat menunjukkan identitas kewartawanannya, wartawan tidak membedakan antara percakapan pribadi dan wawancara untuk pemberitaan.

Bagan 1. Jenis Pelanggaran Kode Etik Jurnalistik



E. Pengaduan terhadap Media Online

Bagaimana dengan pengaduan terhadap media online? Pengaduan terkait pemberitaan media online ke Dewan Pers pada 2012 total ada 90 pengaduan. Angka ini turun pada 2013 menjadi 63 dan pada 2014 turun lagi menjadi 22 pengaduan. Sepanjang Januari hingga Agustus 2015 trend pengaduan terhadap pemberitaan media online menunjukkan adanya peningkatan yaitu sejumlah 109 pengaduan. Kebanyakan dari pengaduan terkait dengan pelanggaran kode etik jurnalistik (KEJ).

Semestinya kehadiran media online sangat mendukung kemerdekaan pers. Dalam Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers, dikatakan pemerintah menjamin tidak akan ada pembredelan media massa. Sebab internet cakupannya sangat luas dan tidak dapat dibendung. Misalnya ketika pemerintah menutup akses terhadap sebuah situs porno, ternyata situs tersebut masih dapat diakses hanya dengan mengganti nama domain. Kehadiran dan kemajuan teknologi internet memngkinkan masyarakat untuk lebih berperan dalam penyampaian informasi. Masyarakat secara bebas dapat menyampaikan informasi. Melalui dunia siber, setiap orang dapat menjadi wartawan dan membuat laporan atau berita, apapun konten tulisannya. Selain itu orang dapat meng-up load tulisan di internet, dapat memublikasikan dalam e-mail, website atau blog.

Beberapa keunggulan media siber antara lain terletak pada kecepatan, interaktivitas, parsipatori, dan penciptaan ruang publik yang deliberatif. Meski perkembangannya begitu pesat dan begitu diminati oleh publik, namun media siber juga memiliki kekurangan yang terletak pada verifikasi, akurasi, konfirmasi, kehati-hatian, dan juga asas praduga tak bersalah.

Kelebihan dan kekurangan media online ini kemudian memunculkan posisi paradoks dan sejumlah dilema. Di satu sisi media online adalah sangat menunjang kemerdekaan pers, di sisi lain media online menimbulkan berbagai problematika. Dilema itu antara lain adalah kecepatan penyampaian berita versus kedalaman berita, kelugasan penulisan versus asas praduga tak

bersalah, ruang privat versus ruang publik, dan partisipatif versus etika ruang publik yang beradab.

Nicholas Johnson memberi panduan mendasar dalam jurnalisme siber, antara lain menyangkut larangan menyerang kepentingan individu, pencemaran nama baik, pembunuhan karakter/reputasi seseorang. Larangan menyebarkan kebencian, rasialis, dan mempertentangkan ajaran agama. Larangan menyebarkan hal-hal tidak bermoral, mengabaikan kaidah kepatutan menyangkut seksual yang menyinggung perasaan umum, dan perundungan seksual terhadap anak-anak. Larangan terhadap praktek kecurangan dan ketidak-jujuran, termasuk menyampaikan promosi/iklan palsu. Serta larangan melanggar dan mengabaikan hak cipta (*copyright*) dan hak atas karya intelektual (HAKI, atau *Intelectual Property Right*/IPR).

F. Beberapa Kasus Media Online

Di antar aberbagai kasus menarik terkait pemberitaan media yang diadukan ke Dewan Pers ada beberapa kasus menarik yang menunjukkan kecerobohan media dalam memberitakan dimana unsur verifikasi menjadi kelemahan. Namun ada media online yang sengaja membuat berita dengan maksud tertentu (niat buruk) dan semuanya diselesaikan oleh Dewan Pers melalui sidang ajudikasi. Berikut adalah 3 pengaduan yang unik yang masuk ke Dewan Pers:

Pengaduan PT Garuda Indonesia Tbk. Terhadap *www.asatunews.com*. Pada 12 Mei 2014 PT Garuda Indonesia (Persero) Tbk mengadu ke Dewan pers terkait pemberitaan media online *www.asatunews.com* berjudul "Ada Apa dengan BUMN Garusa Indonesia" yang diunggah pada Rabu, 30 April 2014 pukul 12.43 dan "Perilaku Nyonya Besar Direktur Utama PT Garuda Indonesia" yang diunggah pada Kamis, 1 Mei 2014 pukul 23.03. Kedua berita ini menyudutkan direktur Garuda Indonesia, Emirsyah Satar yang dituding gaya hidupnya yang menyebabkan BUMN ini mengalami kerugian.

Bukan hanya itu, *www.asatunews.com* menuliskan bahwa istri Dirut PT Garuda memberikan lukisan senilai Rp 3 milyar kepada Ibu Negara Ani Yudhoyono dengan menggunakan uang milik perusahaan. Gaya hidup istri Dirut PT Garuda inilah yang oleh asatunews.com dituduh menjadi penyebab kerugian PT Garuda Indonesia.

Setelah meminta klarifikasi kepada Emirsyah Satar selaku pengadu yang didampingi pengacara Todung Mulya Lubis dengan pengelola *www.asatunews.com*, Dewan Pers menilai berita asatunews.com melanggar Pasal 1 dan Pasal 3 Kode Etik Jurnaliustik antara lain tidak berimbang, tidak uji informasi, tidak menerapkan asas praduga tak bersalah dan memuat opini yang menghakimi. Selain itu, Dewan Pers juga menemukan badan hukum asatunews.com ternyata tidak sesuai dengan pasal 1 No 2 Undang-Undang no 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Dewan Pers menengarai ada hal yang tak beres dengan pemberitaan *www.asatunews.com*, bamun demikian Dewan Pers akhirnya memutuskan hanya fokus pada karya jurnalistik *www.asatunews.com* dan memutuskan *www.asatunews.com* harus meminta maaf kepada Emirsyah Satar dan juga pembaca. Selain itu *www.asatunews.com* juga wajib mengurus status badan hukum perusahaan yang menaunginya sesuai dengan Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers.

Belakangan terungkap bahwa asatunews.com ternyata memang adalah sejenis media abal-abal yang merupakan jaringan dari sekelompok yang menggunakan media online untuk membuat pemberitaan negatif terhadap sejumlah pejabat dan pimpinan BUMN yang pada ujung-ujungnya kemudian diajak berdamai dengan cara memasang iklan atau pemberian uang dari orang yang diberitakan. Dan untuk memperlancar usaha ini *www.asatunews.com* juga membuat kicauan melalui twitter asatunews.com dan juga membuat akun twitter lain bernama *Triomacan* dan belakangan berubah menjadi *Triomacan2000*

Salah satu admin akun twitter @triomacan2000, Edi Saputra yang juga pimpinan *www.asatunews.com* diringkus petugas Direktorat Reserse Kriminal Khusus Polda Metro Jaya pada 29 Oktober 2014 karena tertangkap basah melakukan pemerasan terhadap pimpunan PT

Telkom. Bersama 2 pimpinan lain *www.asatunews.com* dan *Triomacan2000*, Edi Saputra didakwa melakukan tindak pidana pemerasan.

Pengaduan Ahmad Dhani Terhadap 17 Media Online. Pada Senin, 21 Juli 2017 artis sekaligus Tim Pemenangan Capres--Cawapres Prabowo-Hatta, Ahmad Dhani, mendatangi kantor Dewan Pers. Ia merasa kecewa dengan pemberitaan 17 media online yang menurutnya tidak benar. Media-meddia tersebut memberitakan bahwa Ahmad Dhani dibayar sebesar Rp 10 miliar untuk memenangkan Prabowo. Selain itu, berdasarkan akun Twitter palsu Fadli Zon dan Mahfud MD, dan juga soal pernyataan dirinya yang siap memotong alat kelamin jika Capres Joko Widodo berhasil menjadi pemenang di Pilpres 2014.

Ahmad Dhani mengeluhkan ke Dewan Pers bahwa dirinya dikerjai oleh pers. "Kenapa pers yang punya aturan bisa ngambil sumber berita yang notabene fiktif, secara masif dan berjamaah, 17 online. Urutannya (pemberitaan), pasca pilpres, kebohongan saya dibayar 10 miliar (rupiah), ditampar Prabowo, tweet tentang potong kelamin," kata Dhani. “Saya cinta kemaluan saya, ngapain dinazarin?”sambungnya.

Media online yang dilaporkan Ahmad Dhani antara lain adalah *Liputan6.com*, *Republika Online*, *Haionline*, *Okezone*, *Merdeka.com*, *Detikforum*, *Kapanlagi.com*, *Kasukkusuk.com*, *Kaskus*, *Kompasiana*, *Metropolitan online.co*, *Nonstop.com*, *Palingseru.com*, *Wartaharian.com* dan *Ciricara.com*. Dari media-media tersebut hanya sebagian yang berada dalam ranah Dewan Pers, beberapa lagi tidak termasuk produk jurnalistik itu. Dewan Pers berpendapat pemberitaan yang tidak termasuk dalam produk jurnalistik itu dapat dilaporkan ke polisi.

Ahmad Dhani mengatakan, media yang memuat berita berdasarkan akun palsu dan tanpa konfirmasi dari pihak-pihak bersangkutan merupakan orang-orang yang tidak bermoral. Bos Republik Cinta Management (RCM) ini menilai hal tersebut sebagai upaya pembunuhan karakter. Ahmad Dhani juga menyatakan bahwa dirinya terganggu karena setelah pengumuman hasil hitung cepat (*quick qount*) hasil Pemilihan Presiden 2014 diumumkan dirinya kebanjiran telepon. Bukan hanya itu, keesokan harinya rumah Ahmad Dhani di kawasan Pondok Indah Jakarta Selatan didatangi 2 bus Metro Mini berisikan para penyandang disabilitas yang ingin menjadi saksi sejarah pemotongan alat kelamin Ahmad Dhani.

Menindaklanjuti pengaduan Ahmad Dhani, Dewan Pers melakukan verifikasi dan konfirmasi kepada *kompasiana.com*, *republika.co.id*, *seruu.com*, *okezone.com*, *kapanlagi.com*, *wartaharian.co*, *forum.detik.com*, dan *solopos.com*. Dewan Pers menyimpulkan bahwa kedelapan media tersebut melanggar prinsip dalam Kode Etik Jurnalistik karena memuat isu tentang janji Ahmad Dhani tentang janji akan memotong kemaluan jika calon presiden Joko Widodo menang dalam Pemilu 2014 dari media sosial tanpa proses verifikasi. Bahan hanya diambil oleh 8 media tersebut dari *capture* cuitan palsu Amad Dhani yang sengaja disebarkan oleh seseorang melalui facebook.

Dewan Pers menyatakan, semua media yang diadukan berkewajiban memuat hak jawab dari pengadu secara proporsional disertai permintaan maaf kepada pengadi dan pembaca dengan menautkannya pada berita yang diberi hak jawab.

Pengaduan Adnan Buyung Nasution terhadap *www.okezone.com*. Melalui surat, Dewan Pers menerima pengaduan Adnan Buyung Nasution dan dan anaknya, Maully Donggur Rinanda Nasution melalui Adnan Buyung Nasution & Partners Law Firm atas berita okezone.com berjudul “Anak Adnan Buyung Dibekuk Saat Transaksi Sabu-Sabu” yang diunggah pada 3 Mei 2015 pukul 21.01 dan “Melawan, Anak Adnan Buyung Didor” yang diunggah pada 3 Mei 2015 pukul 21.40.

Terkait dengan pengaduan tersebut, Dewan Pers meminta klarifikasi dari Adnan Buyung Nasution dan *www.okezone.com* pada 8 Mei 2015 dan 26 Juni 2015. Dewan Pers menyimpulkan bahwa *www.okezone.com* telah ceroboh memuat berita terkait seorang bernama Maully Nasution yang ditangkap polisi karena kasus sabu-sabu di Medan yang sebetulnya tak ada

berkaitan dengan anak Adnan Buyung Nasution yang bernama Maully Donggur Rinanda Nasution. Akibat berita ini Adnan Buyung Nasution kebanjiran telepon dan pertanyaan, termasuk dari sejumlah sahabatnya yang ada di luar negeri terkait hal yang menimpa anaknya. Adnan Buyung Nasution merasa nama baik keluarga dan istrinya dicemarkan. Apalagi ada pertanyaan bahwa jangan-jangan Adnan Buyung Nasution punya anak di luar pernikahan resminya.

Berita itu merupakan sebah kecerobohan jurnalistik karena saat berita dibuat, baik wartawan maupun editor *www.okezone.com* sama sekali tak melakukan verifikasi secara langsung kepada Adnan Buyung Nasution atau keluarga. Berita tersebut lebih merujuk pada berita lokal di Medan yang bersumber dari seorang anggota polisi.

Dewan pers menyimpulkan bahwa berita *www.okezone.com* terse but melanggar Pasal 1 dan Pasal 3 Kode Etik Jurnalistik karena tidak uji informasi dan tidak berimbang. Meski *www.okezone.com* telah memuat hak jawan keluarga Adnan Buyung Nasution melalui berita berjudul "Keluarga Bantah Adanya Penangkapan Keluarga Adnan Buyung Nasution" yang diunggah pada 3 Mei 2015 pukul 22.34 dan "Hak Jawab: Berita Penangkapan Putra Adnan Buyung Tidak Benar" yang diunggah pada 5 Mei 2015 pukul 12.03, tapi Dewan Pers menyimpulkan bahwa hal itu belum menyelesaikan kerugian yang dialami Adnan Buyung Nasutiuon dan keluarganya.

Karena itu Dewan Pers meminta agar pihak okezone bersedia kembali memuat hak jawab dari Adnan Buyung Nasution disertai pemintaan maaf kepada pembaca. Permintaan maaf itu perlu ditampilkan di halaman beranda *www.okezone.com* selama 3 hari selambar-lambatnya 7 hari setelah penandatanganan risalah penyelesaian pengaduan dengan judul banner "Okezone Minta Maaf Kepada afnan Buyung Nasution dan Keluarga". Selain itu *www.okezone.com* juga menyatakan bersedia menyampaikan pengumuman agar media-media lain yang mengutip berita *www.okezone.com* yang diadukan juga meralat seperti yang telah dilakukan *okezone.com*. Hal ini untuk memutus efek viral yang terjadi akibat berita yang dilansir *www.okezone.com* tersebut.

Dalam penandatangan risalah penyeleaian pengaduan di Dewan Pers pada 26 Juni 2015 *www.okezone.com* menyepakati untuk membuat klarifikasi penyebab dan urutan kejadian pemuatan berita yang salah dan memuatnya di *www.okezone.com*.

Berita-berita media online yang kadang diunggah secara buru-buru akibat dikejar kecepatan memang kerap berpotensi kurang memperhatikan Kode Etik Jurnalistik. Hal ini membuat banyak berita media online diadukan ke Dewan Pers. Sebagian lagi diadukan oleh orang merasa dirugikan langsung ke polisi. Dalam kabanyakan kasus yang diadukan ke polisi, penyidik umumnya berkoordinasi dengan Dewan Pers. Hal ini sesuai MOU antara Dewam Pers dengan Polri. Tapi ada sejumlah kasus yang penyidik polisi sama sekali tak berkoordinasi dengan Dewan Pers dan menggunakan jeratan Pasal 27 ayat (3) Undang-Undang ITE atau Pasal 310 dan Pasal 311 KUHP.

G. Aturan Pemberitaan Media Online

Dewan Pers bersama-sama unsur asosiasi media dan komunitas pers sebenarnya telah merumuskan panduan etis pemberitaan media-siber. Pedoman ini disahkan sebagai Peraturan Dewan Pers tentang Pedoman Pemberitaan Media-Siber tanggal 3 Februari 2012, yang juga ditandatangani oleh 4 asosiasi perusahaan pers, 3 asosiasi wartawan dan 30 penaggung-jawab media-siber.

Perumusan pedoman ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara dimensi demokratis-deliberatif dari jurnalisme warga yang melekat pada media-siber dengan prinsip-prinsip etika dan akuntabilitas di ruang publik. Atau menyeimbangkan kebebasan berpendapat di media-siber dengan prinsip-prinsip ruang publik yang beradab. Perlu digarisbawahi bahwa kebebasan berpendapat, di mana pun mediumnya, mempunyai batas: etika publik dan hak

orang lain untuk diperlakukan secara adil. Demikian halnya dengan kebebasan berpendapat di dunia maya, termasuk di media-siber.

Perumusan panduan ini dilatarbelakangi oleh semakin banyaknya pengaduan ke Dewan Pers terhadap komentar-komentar berita media-siber (*user generated content*) yang berbau SARA, caci-maki, dan permusuhan. Jika tidak direspon secara memadai, perkembangan ini dapat menimbulkan kerugian bagi pihak-pihak tertentu, yang sangat mungkin akan berujung pada proses pemidanaan media-siber dengan perkara pencemaran nama baik atau penghinaan.

Panduan Pemberitaan Media-siber juga merupakan respon terhadap tren media-siber yang sangat berorientasi kepada kecepatan penyampaian berita. Kecepatan penyampaian berita adalah keunggulan komparatif media-siber. Namun kecepatan ini bukan satu-satunya aspek dalam jurnalisme. Jurnalisme tetap menuntut akurasi, kelengkapan berita dan verifikasi. Di sini, kita menemukan problem pelik media-siber di Indonesia. Data Dewan Pers tahun 2010-2011 menunjukkan, tingkat pelanggaran Kode Etik Jurnalistik oleh media-siber terus meningkat. Dengan prinsip *follow-up-news*, media-siber sering mengesampingkan konfirmasi sumber berita atau verifikasi data. Akibatnya, muncul berita-berita yang tidak berimbang, tidak akurat, atau menghakimi pihak tertentu.

Media-siber yang terikat dengan pedoman ini adalah adalah segala bentuk media yang menggunakan wahana internet dan melaksanakan kegiatan jurnalistik, serta memenuhi persyaratan Undang-Undang Pers dan Standar Perusahaan Pers yang ditetapkan Dewan Pers. Sedangkan isi buatan pengguna (*user generated content*) yang diatur dalam Pedoman ini adalah segala isi yang dibuat dan atau dipublikasikan oleh pengguna media-siber, antara lain, artikel, gambar, komentar, suara, video dan berbagai bentuk unggahan yang melekat pada media-siber, seperti blog, forum, komentar pembaca atau pemirsa, dan bentuk lain.

Pedoman ini pertama-tama mengatur tentang prinsip **verifikasi dan keberimbangan berita. Pada prinsipnya jurnalisme siber bukanlah suatu pengecualian. Jurnalisme siber tetap bagian integral dari jurnalisme secara keseluruhan, suatu disiplin yang menuntut ketaatan terhadap standar kerja dan nilai yang jelas. Dalam konteks inilah, kebenaran jurnalisme siber juga merupakan kebenaran verifikasi, sebagaimana berlaku dalam jurnalisme konvensional. Persoalannya kemudian, b**agaimana menjaga esensi jurnalisme sebagai perkara kebenaran verifikasi, namun tetap memberi ruang kepada media-siber untuk mengoptimalkan keunggulan komparatifnya: kecepatan penyampaian informasi?

Peraturan Dewan Pers tentang Pedoman Pemberitaan Media-Siber pertama-tama mengatur bahwa pada prinsipnya setiap berita media-siber harus melalui verifikasi. Bahkan diatur lebih tegas lagi, berita media-siber yang dapat merugikan pihak lain memerlukan verifikasi pada berita yang sama untuk memenuhi prinsip akurasi dan keberimbangan. Ketentuan ini muncul sebagai antisipasi dampak buruk dari orientasi media-siber yang terlalu mengejar kecepatan dalam menyampaikan berita sehingga lalai terhadap masalah akurasi dan keberimbangan.

Namun dijelaskan lebih lanjut bahwa ketentuan tentang kewajiban verifikasi tersebut dapat ditangguhkan dengan syarat-syarat yang ketat:

1. Berita benar-benar mengandung kepentingan publik yang bersifat mendesak;
2. Sumber berita yang pertama adalah sumber yang jelas disebutkan identitasnya, kredibel dan kompeten;
3. Subyek berita yang harus dikonfirmasi tidak diketahui keberadaannya dan atau tidak dapat diwawancarai;
4. Media memberikan penjelasan kepada pembaca bahwa berita tersebut masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya. Penjelasan dimuat pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.

5. Setelah memuat berita, media wajib meneruskan upaya verifikasi, dan setelah verifikasi didapatkan, hasil verifikasi dicantumkan pada berita pemutakhiran (*update)* dengan tautan pada berita yang belum terverifikasi.

Syarat-syarat ini bersifat koeksisten, saling melengkapi, bukan saling menggantikan. Perlu dipastikan bahwa hanya berita yang mengandung kepentingan publik mendesak yang dapat dipublikasikan tanpa adanya verifikasi. Ini pun dengan syarat lebih lanjut bahwa sumber berita pertama yang dikutip adalah sumber yang kredibel, kompeten dan bukan sumber yang tidak jelas identitasnya. Harus pula dipastikan bahwa subyek berita yang harus diverifikasi memang tidak dapat dihubungi.

Media-siber seharusnya dapat menunjukkan upayanya untuk menembus subyek berita ini. Yang tidak kalah penting, panduang ini mengatur ketentuan bahwa media-siber harus memuat semacam *disclaimer* untuk berita-berita yang membutuhkan verifikasi namun belum berhasil diverifikasi. *Disclaimer* ini adalah kejujuran media-siber untuk menyatakan kepada pembacanya bahwa berita yang dimuat "masih memerlukan verifikasi lebih lanjut yang diupayakan dalam waktu secepatnya." Perlu digarisbawahi, penjelasan dimuat ini pada bagian akhir dari berita yang sama, di dalam kurung dan menggunakan huruf miring.

Sebagaimana telah dijelaskan, salah satu masalah media-siber adalah isi buatan pengguna (***user generated content*****). Pertama-tama diatur bahwa** media-siber wajib mencantumkan syarat dan ketentuan mengenai Isi Buatan Pengguna yang tidak bertentangan dengan Undang-Undang No. 40 Tahun 1999 tentang Pers dan Kode Etik Jurnalistik. Ketentuan ini harus ditempatkan secara terang dan jelas dalam tampilan masing-masing media-siber. Media-siber juga harus mewajibkan setiap pengguna atau komentator untuk melakukan registrasi keanggotaan dan melakukan proses *log-in* terlebih dahulu sebelum dapat mempublikasikan semua bentuk Isi Buatan Pengguna.

Mekanisme registrasi dan proses *log-in* ini penting untuk mereduksi anonimitas komentator berita yang dalam prakteknya telah berkontribusi pada munculnya komentar-komentar berita yang tidak bertanggung-jawab. Dalam mekanisme registrasi tersebut, media-siber mewajibkan pengguna untuk memberikan persetujuan tertulis bahwa Isi Buatan Pengguna yang dipublikasikan:

1. Tidak memuat isi bohong, fitnah, sadis dan cabul;
2. Tidak memuat isi yang mengandung prasangka dan kebencian terkait dengan suku, agama, ras, dan antargolongan (SARA), serta menganjurkan tindakan kekerasan;
3. Tidak memuat isi diskriminatif atas dasar perbedaan jenis kelamin dan bahasa, serta tidak merendahkan martabat orang lemah, miskin, sakit, cacat jiwa, atau cacat jasmani.

Lebih lanjut diatur bahwa media-siber memiliki kewenangan mutlak untuk mengedit atau menghapus Isi Buatan Pengguna yang bertentangan dengan tiga butir di atas, serta wajib menyediakan mekanisme pengaduan Isi Buatan Pengguna yang dinilai melanggar tiga butir di atas. Mekanisme pengaduan tersebut harus diletakkan di tempat yang dengan mudah dapat diakses pengguna di laman masing-masing media-siber. Media-siber juga wajib menyunting, menghapus, dan melakukan tindakan koreksi setiap Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan dan melanggar ketentuan tiga butir di atas sesegera mungkin secara proporsional selambat-lambatnya 2 x 24 jam setelah pengaduan diterima.

Media-siber yang telah memenuhi kewajiban-kewajiban ini tidak bertanggung jawab lagi atas masalah yang timbul akibat pemuatan isi yang melanggar ketentuan tiga butir di atas. Sebaliknya, media-siber bertanggung jawab atas akibat Isi Buatan Pengguna yang dilaporkan namun tidak mengambil tindakan koreksi setelah batas 2 x 24 jam sebagaimana telah diatur.

Tentang ralat dan koreksi berita dan hak jawab, Pedoman Pemberitaan Media-Siber menyatakan bahwa ralat, koreksi dan atau hak jawab wajib ditautkan pada berita yang diralat, dikoreksi atau yang diberi hak jawab. Di setiap ralat, koreksi, dan hak jawab wajib dicantumkan waktu pemuatan ralat, koreksi, dan atau hak jawab tersebut. Dengan kata lain, berita yang

diralat, dikoreksi atau diklarifikasi dengan hak jawab tidak boleh dihilangkan atau dicabut begitu saja.

Pedoman ini juga mengatur jika berita suatu media-siber dikutip atau disebarluaskan media-siber lain, maka tanggung jawab media-siber pembuat berita pertama terbatas pada berita yang dipublikasikan di media-siber tersebut atau media-siber yang berada di dalam jaringannya. Sebaliknya, tanggung-jawab pengutipan atau penyebarluasan berita di media lain berada pada media lain tersebut, dan bukan lagi pada media pertama yang dikutip. Maka koreksi berita yang dilakukan oleh sebuah media-siber, juga harus dilakukan oleh media-siber lain yang mengutip berita dari media-siber yang dikoreksi itu.

Media yang menyebarluaskan berita dari sebuah media-siber dan tidak melakukan koreksi atas berita sesuai yang dilakukan oleh media-siber yang pertama kali mempublikasikan berita tersebut, bertanggung jawab penuh atas semua akibat hukum dari berita yang tidak dikoreksi itu.[4] Dan sesuai dengan Undang-Undang Pers, media-siber yang tidak melayani hak jawab dapat dijatuhi sanksi hukum pidana denda paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah).

Untuk melengkapi ketentuan tentang koreksi dan ralat berita di atas, lebih lanjut diatur bahwa "berita yang sudah dipublikasikan tidak dapat dicabut karena alasan penyensoran dari pihak luar redaksi, kecuali terkait masalah SARA, kesusilaan, masa depan anak, pengalaman traumatik korban atau berdasarkan pertimbangan khusus lain yang ditetapkan Dewan Pers". Hal ini perlu ditegaskan untuk menegakkan kejujuran media untuk mengakui kesalahan dalam pemberitaan.

Terkait pencabutan berita dengan alasan-alasan yang telah disebutkan tersebut, wajib disertai dengan alasan pencabutan dan diumumkan kepada publik. Untuk media-siber lain yang terlanjur mengutip berita yang dicabut itu, wajib mengikuti pencabutan kutipan berita dari media asal yang telah dicabut.

Terkait dengan iklan media-siber, harus ada pembedaan secara tegas antara produk berita dan iklan. Dalam prakteknya sejauh ini, memang sering tumpang-tindih antara berita dan iklan di media massa, termasuk media-siber. Prinsip pagar-api belum ditegakkan secara konsekuen, sehingga muncul berita-berita yang jika diamati lebih cermat sesungguhnya mengandung muatan iklan, baik iklan komersial, politik maupun pribadi. Guna menegakkan prinsip pagar-api.

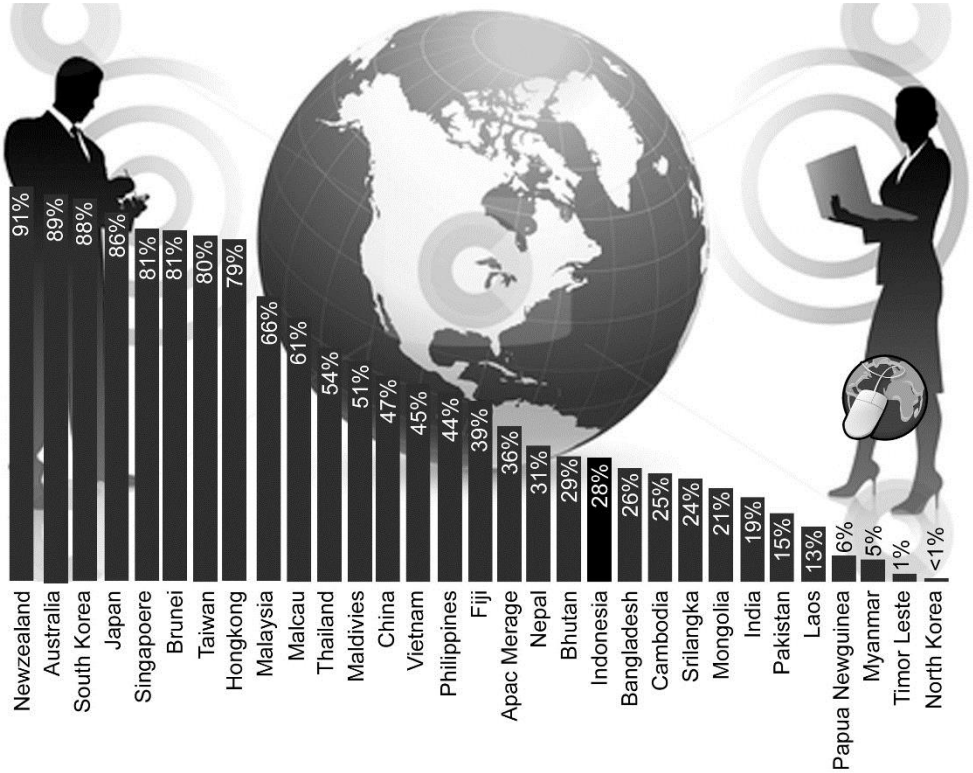
Selain itu media-siber wajib menghormati hak cipta sebagaimana diatur dalam peraturan perundang-undangan yang berlaku. Persoalan hak cipta memang juga krusial dalam konteks media-siber. Salah-satu masalah yang muncul adalah seringkali karya jurnalistik suatu media-siber dikutip media-siber yang lain tanpa memberikan kredit poin kepada media-siber yang dikutip. Kutipan tersebut bahkan dilakukan hampir seluruhnya, tanpa pengembangan berita sama sekali sehingga mengarah kepada plagiasi berita. Anehnya, jika berita yang mengutip media lain itu kemudian digugat oleh pihak-pihak yang merasa dirugikan, media pengutip berita tidak mau bertanggung-jawab dan meminta pihak-pihak itu untuk menggugat media pertama yang dikutip.

H. Media Sosial Sebagai Sumber Utama Pemberitaan

Demokratisasi di bidang media memang membuka banyak potensi bagi kehidupan sosial, politik, dan komunikasi di Indonesia. Industri media tumbuh pesat selama dua dekade terakhir. Kini ada sekitar 10 televisi nasional dan 1 televisi publik, ratusan media cetak, serta ribuan radio di seluruh negeri kepulauan berpenduduk sekitar 252 juta ini. Lanskap industri media semakin ramai didorong oleh pertumbuhan teknologi komunikasi internet.

[4] Sesuai Pasal 18 Ayat (2) Undang-Undang No 40 Tahun 1999 tentang Pers, media-siber yang tidak melayani hak jawab dapat dijatuhi sanksi hukum pidana denda paling banyak Rp 500.000.000 (lima ratus juta rupiah)..

Diagram 2. Perbandingan Penetrasi Internet di Indonesia dan Negara Lain



Sumber: http://wearesocial.net/blog/2015/03/digital-social-mobile-apac-2015/

Pada akhir 2014, pengguna internet di Indonesia mencapai 88,1 juta jiwa, atau sekitar 35% dari populasi. Pengguna wanita 51% sedangkan pria hanya 49%. Dari total pengguna internet, tercatat sekitar 49% adalah mereka yang berusia 18-25 tahun. Rentang usia itu kerap disebut sebagai *digital native*, atau mereka yang lahir di era internet dan kerap menentukan tren di ruang siber.[5]

Bagan 2. Penetrasi internet di Indonesia dan jumlah penduduk

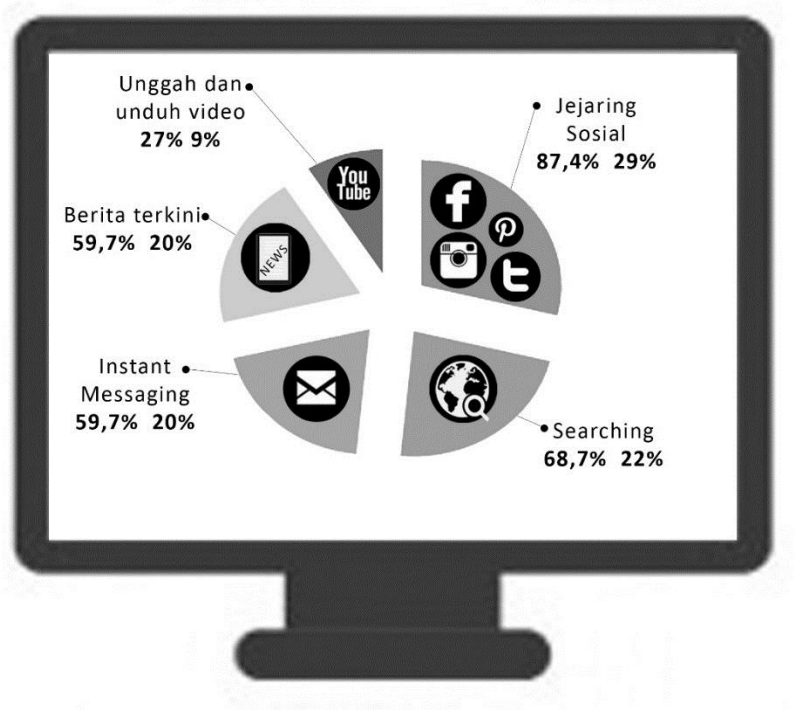


[5] "Pengguna Internet Indonesia Tahun 2014 Sebanyak 88,1 Juta (34,9%)", press release Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), 23 Maret 2015. http://www.apjii.or.id/v2/read/content/info-terkini/301/pengguna-internet-indonesia-tahun-2014-sebanyak-88.html

Sumber: APJII, http://www.apjii.or.id

Data APJII 2014 juga mencatat kegiatan tertinggi para pengguna internet adalah menggunakan jejaring sosial (87,4%), *searching* (68,7%), *instant messaging* (59,9%), mencari berita terkini (59,7%), dan mengunggah dan mengunduh video (27,3%).

Diagram 3. Kegiatan Pengguna Internet Indonesia

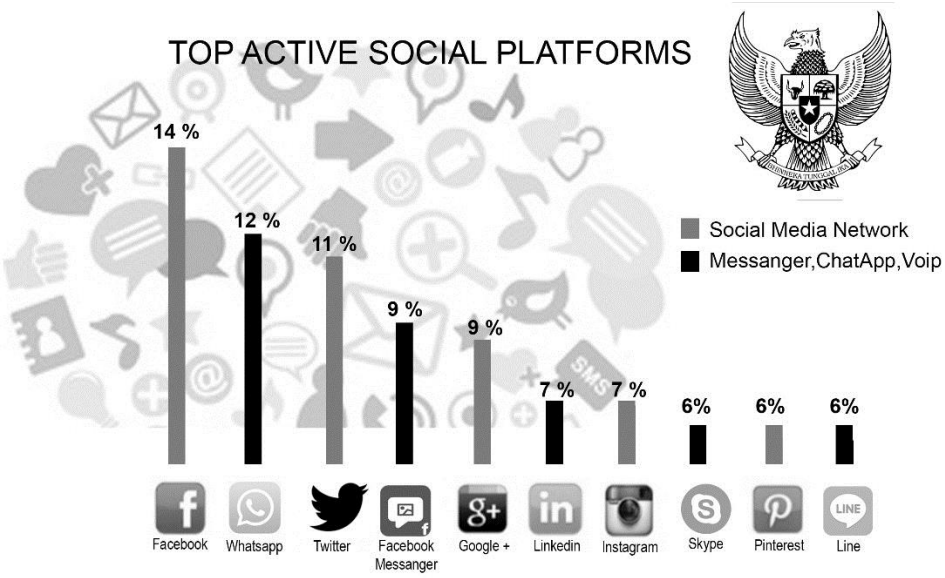


Sumber: APJII, http://www.apjii.or.id

Ditopang infrastruktur teknologi komunikasi yang terus berkembang, media sosial mengalami pertumbuhan pesat lima tahun terakhir. Media sosial menjadi pilihan baru untuk berkomunikasi dan berinterkasi. Indonesia menjadi lahan subur bagi media sosial. Facebook kini memiliki sekitar 69 juta pengguna di Indonesia, nomor empat pengguna Facebook di dunia setelah Amerika Serikat, India, dan Brazil. Sekitar 92% pengguna mengakses Facebook melalui telepon seluler, angka ini menempatkan Indonesia sebagai negara ketiga terbesar pengakses Facebook via telepon seluler setelah Amerika Serikat dan India.[6]

Diagram 4. Penetrasi Pengguna Media Sosial di Indonesia

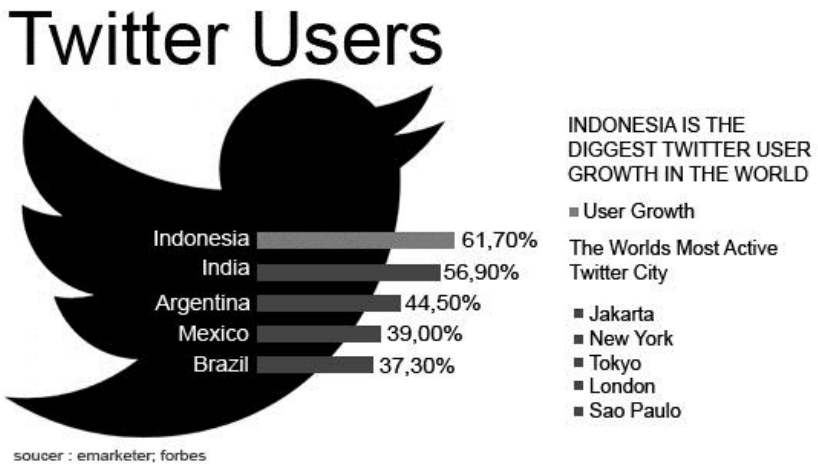
[6] "Facebook Users in Indonesia Have Highest Mobile Usage Rate Worldwide", www.emarketer.com, 22 January 2015, http:/www.emarketer.com/Article/Facebook-Users-Indonesia-Have-Highest-Mobile-Usage-RateWorld-wide/1011896#sthas.UkN9cunk.fqGI6Irq.dpuf



Sumber: http://wearesocial.net/blog/2015/03/digital-social-mobile-apac-2015/

Twitter juga menunjukkan perkembangan luar biasa. Pada 2013, pengguna Twitter di Indonesia baru sekitar 26,4 juta berdasarkan Comscore Metrix 2013. Pada 2015, seperti disampaikan oleh CEO Twitter Dick Costolo yang berkunjung ke Indonesia di tahun ini, pengguna Twitter di Indonesia melonjak hingga 50 juta.[7] Angka ini menempatkan Twitter sebagai media sosial terbesar ke dua di Indonesia.[8]

Diagram 5. Pertumbuhan Pengguna Twitter di Indonesia Dibanding Negara Lain



Sumber: http://www.slideshare.net/s_jeruk/indonesia-digital-landscape-2014-pdf

Saat ini perkembangan media sosial sangat luar biasa. Bisa dikatakan hampir semua orang adalah pengguna media sosial. Demikian juga wartawan. Penelitian yang dilakukan Universitas Paramadina dan Maverick (2013) terhadap 363 wartawan yang tersebar di Sumatera, Jawa,

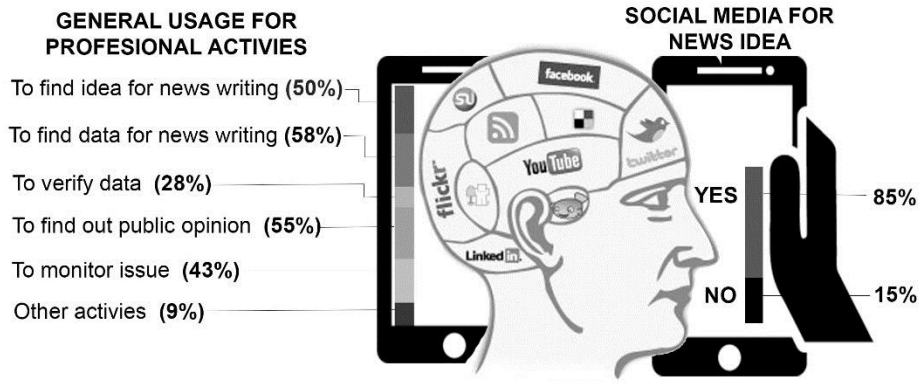
[7] "Pengguna Twitter di Indonesia Capai 50 Juta", www.kompas.com, 26 Maret 2015, http://tekno.kompas.com/read/2015/03/26/16465417/Pengguna.Twitter.di.Indonesia.Capai.50.Juta

[8] Lihat: Dewan Pers, 2015, "Democratic Dialogue in 140 Characters: The Role of Social Media in Indonesia's Presidential Election 2014", Dewan Pers, Indonesia Indicator dan Kedubes Denmark, Jakarta.

Kalimantan, Sulawesi, Bali, Nusa Tenggara, Ambon dan Papua menyimpulkan bahwa 85% wartawan mengaku mendapatkan ide untuk menulis berita dari informasi yang mereka temukan di media sosial.

Adapun alasan para wartawan para wartawan menggunakan media sosial sebagai acuan adalah untuk mencari data dalam penulisan berita (58%), mengetahui opini publik tertadap suatu isyu (55%), mencari ide untuk menulis berita (50%), dan memonitor perkembangan suatu isyu (43%). Lihat **Bagan 3.**

Bagan 3. Kebiasaan Wartawan Dalam Menggunakan Media Sosial



Sumber: Universitas Paramadina dan Maverick, Indonesia Journalists Technographics Report 2012-2013

Kebiasaan wartawan dalam meggunakan media sosial sebagai sumber utama untuk mendapatkan ide dan penulisan berita jelas merupakan hal yang rawan.Terutama bagi media siber/media online yag memang diburu kecepatan. Belum lagi maraknya berbagai media online abal-abal atas situs-situs yang bermuatan radikal dan anti-toleransi yang sempat diblokir oleh Kementerian Kominfo atas pemintaan Badan Nasional Penanggulangan Terorisme (BNPT) yang kemudian justru menimbulkan kontroversi dan pro-kontra.

Bukan tak mungkin maraknya ekses pelanggaran Kode Etik Jurnalistik oleh media siber dan juga munculnya media online abal-abal di berbagai tempat degan berbagai modus operandinya akan membawa situasi kebebasan pers yang sedang dinikmati bangsa Indonesia ini akan kembali set back. Kalangan anggota DPR, Dewan Ketahanan Nasional (Wantanas), dan sejumlah pejabat belakangan ini telah menilai bahwa kemerdekaan pers Indonesia saat ini telah kebablasan. Mereka ini belakangan mengusulkan perlunya memberikan kewenangan pembredelan keada Dewan pers dan juga pencabutan ijin siaran kepada Komisi Penyiaran Indonesia (KPI).[]